

FIFA[®]

Règlement Médias et Marketing

Coupe du Monde des Clubs de la FIFA,
Qatar 2019™



Table des matières

PARTIE A : DÉFINITIONS	3
PARTIE B : PROPRIÉTÉ ET PROTECTION DES DROITS	8
1. PROPRIÉTÉ ET PROTECTION DES DROITS	8
2. MARQUES DE LA COMPÉTITION	12
3. INTERDICTION DU MARKETING SAUVAGE ET AUTRES INFRACTIONS	13
PARTIE C : COMPÉTITION	14
4. INTRODUCTION	14
5. EXPLOITATION DES DROITS MÉDIAS	14
6. EXPLOITATION DES DROITS MARKETING	15
7. ÉQUIPEMENT, AUTRES ÉLÉMENTS ET BOISSONS DANS LES ZONES SOUS CONTRÔLE	15
8. RÈGLES SPÉCIFIQUES POUR LES SITES OFFICIELS D'ENTRAÎNEMENT	19
9. ACTIVITÉS MÉDIATIQUES ET COOPÉRATION AVEC LES MÉDIAS DANS LES ZONES SOUS CONTRÔLE	19
10. RÈGLES SPÉCIFIQUES POUR LES HÔTELS DES ÉQUIPES	23
11. ACTIVITÉS DES CLUBS PARTICIPANTS	23
12. RÈGLEMENT DU TROPHÉE	28
13. MARQUES DE LA COMPÉTITION AUTORISÉES	31
14. BILLETTERIE DE LA COMPÉTITION	34
PARTIE D : DIVERS	35
15. DIVERS	35
Annexe	37

PARTIE A : DÉFINITIONS

Activité médiatique d'un club : toute activité médiatique, telle que conférence de presse ou interview, organisée par ou pour le compte d'un club participant et qui n'est pas une activité médiatique de la FIFA/du COL.

Activité médiatique officielle de la FIFA/du COL : toute activité médiatique, telle que conférence de presse ou interview, effectuée dans un stade de la compétition ou sur un site officiel d'entraînement, quel qu'en soit l'organisateur, et toute conférence de presse ou interview organisée et/ou contrôlée par la FIFA ou le COL, quel qu'en soit le lieu.

Affiliés commerciaux : toute entité à laquelle la FIFA ou tout mandataire de la FIFA accorde des droits de sponsoring notamment sur la compétition, telle que le Presenting Partner, les Partenaires FIFA, les Supporters nationaux et les détenteurs de licences avec marques déposées. Les détenteurs de droits médias ne sont pas inclus dans les affiliés commerciaux.

Affilié d'un club : tout affilié commercial de tout club participant, y compris toute entreprise, licencié, agent, sponsor, partenaire marketing, partenaire média ou autre partenaire commercial, désigné directement ou indirectement par le club participant en question ou ses mandataires.

Appareil portable : tout appareil sans fil déjà existant ou qui sera inventé à l'avenir, (i) conçu ou adapté de façon à pouvoir fonctionner pendant que son utilisateur se déplace, (ii) capable de capter du contenu audio et/ou visuel statique ou animé et/ou audiovisuel, et (iii) tenu à la main ou installé dans un véhicule, à l'exception de tout récepteur de télévision, portable ou installé dans un véhicule non équipé d'une fonction téléphonique ou d'une fonction émetteur-récepteur intégrée.

Association hôte : la Fédération Qatarienne de Football, qui a été désignée par la FIFA pour accueillir et organiser la compétition.

Association membre : toute association affiliée à la FIFA, que son équipe représentative participe ou non à la compétition.

Club participant : chacun des sept clubs dont l'équipe représentative s'est qualifiée pour la compétition.

COL : comité organisateur de la compétition, une entité commerciale – et toute filiale de celle-ci – établie par l'association hôte en vue d'accueillir et d'organiser la compétition sur le territoire du pays hôte.

Compétition : phase finale de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2019™, organisée sous l'égide de la FIFA.

Confédération : toute confédération reconnue par la FIFA, à savoir l'AFC, la CAF, la Concacaf, la CONMEBOL, l'UEFA et l'OFC.

Délégation d'une équipe : collectivement tous les membres de la délégation d'une équipe d'un club participant.

Détenteur de droits médias : toute entité à laquelle la FIFA accorde une licence d'exploitation des droits médias (ou d'une partie de ceux-ci) en lien avec la compétition pour une utilisation sur certains territoires (ou une partie de ceux-ci) pendant une certaine période.

Droits de propriété intellectuelle : tout droit de propriété intellectuelle ou autre droit de propriété de quelque nature et cause et dans quelque média que ce soit, qu'il soit ou non enregistré ou puisse être enregistré, y compris les marques déposées, marques de service, marques de commerce, appellations commerciales, modèles déposés, droits d'auteur, droits moraux, noms de domaine et toute demande pour la protection ou l'enregistrement de tels droits, leurs renouvellements et extensions, et autres biens incorporels dans le monde entier.

Droits d'exposition publique : (i) tout droit d'émettre, au moyen de quelque média que ce soit, tout contenu exclusivement audio, contenu exclusivement visuel, animé ou statique, contenu audiovisuel, toute donnée et/ou tout texte lié à la compétition et/ou à toute cérémonie de la compétition (ou toute partie de celles-ci) aux fins de présentation à et réception intelligible par un public de cinémas, bars, restaurants, stades, bureaux, sites de construction, derricks, navires, bus, trains, établissements de l'armée, établissements éducatifs, hôpitaux et de tout autre endroit ne constituant pas un lieu de résidence privé (à l'exception des avions et bateaux) ; (ii) tout droit d'organiser tout événement où un public peut visionner/écouter ces diffusions (qu'elles soient ou non ouvertes au grand public) ; et (iii) tout droit d'exploiter l'ensemble des opportunités commerciales (y compris, sans toutefois s'y limiter, les droits d'entrée, de sponsoring, de merchandising, de sponsoring de diffusion et de fourniture) découlant de et/ou liées à ce type d'événement, de transmission et/ou d'exposition. Afin de lever toute ambiguïté, les droits d'exposition publique ne couvrent pas les droits de retransmission à bord des avions et des bateaux.

Droit de retransmission à bord des avions : (i) tout droit de retransmettre et/ou de présenter, au moyen de tout support/plate-forme que ce soit, du contenu exclusivement audio, exclusivement visuel, animé ou statique, ou audiovisuel, des données et/ou du contenu textuel directement ou indirectement lié à la compétition et/ou aux cérémonies liées à la compétition, en direct ou non, afin qu'ils soient captés et/ou présentés par tout système de divertissement à bord de tout avion, partout dans le monde ; et (ii) tout droit d'exploiter l'ensemble des opportunités commerciales quelles qu'elles soient (y compris les opportunités de sponsoring de diffusion et d'espace publicitaire) découlant de et/ou liées à cette retransmission et à cette présentation.

Droit de retransmission à bord des bateaux : (i) tout droit de retransmettre et/ou de présenter, au moyen de tout support quel que ce soit, du contenu exclusivement audio, exclusivement visuel, animé ou statique, ou audiovisuel, des données et/ou du contenu textuel directement ou indirectement lié à la compétition et/ou aux cérémonies liées à la compétition, en direct ou non, afin qu'ils soient captés et/ou présentés sur tout bateau sur les eaux internationales, à savoir les océans, mers et eaux du monde se trouvant (a) hors des eaux territoriales de toute nation, (b) hors de toute juridiction nationale et (c) considérés comme tels par le droit maritime international ; et (ii) tout droit d'exploiter l'ensemble des opportunités commerciales quelles qu'elles soient (y compris les opportunités de sponsoring de diffusion et d'espace publicitaire) découlant de et/ou liées à cette retransmission et à cette présentation.

Droit marketing : tout droit publicitaire, droit promotionnel, droit d'*endorsement* (technique publicitaire faisant intervenir des personnalités connues, ndlt), droit d'association, droit sur les prix et cadeaux publicitaires, droit marketing, droit de merchandising, droit d'octroi de licences, droit d'octroi de concessions, droit de sponsoring, droit d'hospitalité, droit de voyage et de tourisme, droit de billetterie, droit d'hébergement, droit de publication, droit sur les jeux de hasard ou les paris, droit sur la vente de détail, droit sur la musique et autres droits et/ou opportunités commerciales associées à la compétition et ce, quel que soit le support médiatique, pour autant qu'il ne s'agisse pas de droits médiatiques.

Droits médias : droit de reportage, d'enregistrement, de transmission et autre mode d'exploitation de tout contenu exclusivement visuel, statique ou animé, de tout contenu exclusivement audio, de tout contenu audiovisuel, de tout texte et de toute donnée par quelque moyen que ce soit (déjà existant ou qui sera conçu, développé ou inventé à l'avenir), de tout aspect ou élément de la compétition sur quelque site que ce soit, en direct et/ou en différé, sur tout média et tout support, déjà connu (y compris les technologies des générations suivantes) ou inventé à l'avenir. Afin de lever toute ambiguïté, le droit de diffuser et/ou de

transmettre le signal audiovisuel de base (ou tout signal supplémentaire) et le droit de transmettre un commentaire radio de tout match de la compétition constitue un droit média. Les droits médias comprennent le droit d'enregistrer, de créer et d'exploiter le film officiel de la compétition et/ou des produits et des programmes audiovisuels similaires et couvrent les droits médiatiques fixes, les droits de licence pour les retransmissions publiques, les droits de retransmission à bord des avions, les droits de retransmission à bord des bateaux et tout droit d'accès à l'information.

Droit médiatique fixe : tout droit de présenter, d'exploiter et/ou de distribuer du contenu exclusivement audio, exclusivement visuel, animé ou statique, ou audiovisuel, des données et/ou du contenu textuel (y compris le signal de base – c'est à dire le signal vidéo de diffusion international continu –, les multi-signaux, les signaux additionnels, la couverture unilatérale, le contenu d'archive, le signal audio et les commentaires) directement ou indirectement lié à la compétition et/ou aux cérémonies (ou une partie quelconque de celles-ci) liées à la compétition sur tout dispositif ou mécanisme de stockage magnétique, électronique ou numérique (Blu-Ray, DVD, DTO, DTR, etc.).

Durée de la compétition : période commençant cinq jours avant le premier match de la compétition et se terminant sept jours après la finale de la compétition.

Emblème officiel : emblème officiel de la compétition.

Équipes de FIFA TV : équipes de télévision désignées et contrôlées par la FIFA et/ou par ses mandataires, et chargées, entre autres, de réaliser dans chaque zone sous contrôle, chaque centre des médias du club participant et chaque autre site déterminé par la FIFA, des images statiques et/ou animées de la délégation d'une équipe pendant toute la durée de son séjour dans le pays hôte.

Équipe participante : toute équipe qui représente un club participant durant la compétition.

Équipement : tout élément ou article vestimentaire énuméré à l'annexe A du Règlement de l'équipement, dont les éléments de la tenue de jeu, les articles de l'équipement spécial et autres articles d'équipement.

Équipement spécial : tout article de l'équipement autre que les éléments de la tenue de jeu.

Formulaire d'allocation de billets : document émis par la FIFA à chaque club participant concernant (i) le contingent de billets alloués aux clubs participant à la compétition et (ii) définissant les termes et conditions auxquels les clubs participants et leurs invités doivent se conformer en termes d'usage et de distribution de billets gratuits ainsi que de mise en vente de billets alloués par la FIFA aux clubs participant à la compétition.

Hôtel d'une équipe : tout hôtel officiel (y compris ses abords) tels que le camp de base d'une équipe, les hôtels d'équipe spécifiques aux sites et autres hôtels de la FIFA) où une équipe participante est logée pendant la durée de la compétition.

Invité d'un club : tout représentant, employé, membre de la famille, entreprise, affilié ou tiers sous contrat avec un club participant, invité privé ou autre individu ou entité à qui un club participant attribue des billets pour la compétition.

Jour de match : tout jour calendaire lors duquel un match de la compétition est programmé.

Logo combiné : logo représentant à la fois l'emblème officiel de la compétition et l'emblème d'un club participant.

Marketing sauvage : toute tentative de toute entité d'obtenir une association commerciale non autorisée avec la compétition ou d'exploiter les biens incorporels et la publicité générés par la compétition ou la FIFA d'une manière non expressément autorisée par cette dernière.

Marque d'un club : tout symbole, emblème, logo, marque ou désignation détenu et/ou contrôlé par un club participant, y compris leurs traductions et les permutations de leurs éléments constitutifs, qu'elles soient déposées ou non.

Marques de la compétition : les marques ci-après (dans toutes les langues) :

- la marque verbale « Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2019™ » (et ses équivalents dans toutes les langues) et toute permutation de ses éléments constitutifs, qu'elle soit déposée ou non ;
- la marque verbale « Coupe du Monde » (et ses équivalents dans toutes les langues) ;
- l'emblème officiel de la compétition, qui sera développé et publié par la FIFA après l'entrée en vigueur du présent règlement ;
- la mascotte officielle de la compétition, et le nom de la mascotte officielle, qui seront élaborés et publiés par la FIFA après l'entrée en vigueur du présent règlement (le cas échéant) ;
- le trophée, image incluse dans le programme ci-joint pour information uniquement ; et
- l'affiche officielle de la compétition, qui sera développée et publiée par la FIFA après l'entrée en vigueur du présent règlement (le cas échéant) ;
- le nom de la compétition (tel que défini ci-après).

Match de la compétition : n'importe lequel des huit matches de la compétition.

Membre de la délégation d'une équipe : tout joueur, entraîneur, manager, officiel, responsable médias, représentant et invité d'un club participant.

Nom de la compétition : le nom officiel de la compétition, à savoir :

- la marque verbale « Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2019™ » (et ses équivalents dans toutes les langues et polices, accompagnés de la mention « ™ »).

Officiels de la FIFA : collectivement, (i) le personnel de la FIFA et autres officiels de la FIFA ou personnes accréditées désignées par la FIFA ; (ii) le personnel du COL et autres officiels du COL ; (iii) tous les officiels de match désignés, dont les arbitres, arbitres assistants, quatrièmes officiels, cinquièmes officiels, arbitre assistant vidéo, et tout arbitre assistant supplémentaire ; et (iv) tout autre individu membre de la délégation de la FIFA ou du COL.

Partenaire FIFA : toute entité, à l'exception du Presenting Partner, à laquelle la FIFA accorde le package mondial le plus complet en termes de droits publicitaires, marketing et promotionnels liés à la FIFA, à ses activités et aux compétitions organisées par elle ou sous son égide, y compris la compétition. Les Partenaires FIFA bénéficient du niveau d'association commerciale le plus élevé avec la FIFA et les compétitions organisées par celle-ci ou sous son égide.

Presenting Partner : entité désignée par la FIFA (le cas échéant) comme partenaire de la compétition et bénéficiant du droit d'avoir son nom ou sa marque associé(e) à la compétition ainsi que d'autres droits publicitaires, promotionnels et de marketing en relation avec la compétition.

Règlement de la compétition : « Règlement de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2019™ » publié par la FIFA pour la compétition. Ce règlement a force obligatoire et régit les droits, les devoirs et les responsabilités de tous les clubs qui participent à la compétition.

Règlement de l'équipement : Règlement de l'équipement de la FIFA tel qu'approuvé par le Conseil de la FIFA et potentiellement amendé par la FIFA de temps en temps.

Règlement Médias et Marketing : le présent « Règlement Médias et Marketing de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2019™ ».

Site officiel d'entraînement : tout terrain d'entraînement mis à la disposition des clubs participants par la FIFA et/ou le COL pour leur permettre de s'entraîner (y compris leurs équipements ou les équipements du terrain adjacent) excepté les stades de la compétition.

Stade de la compétition : tout stade dans lequel sont programmés des matches de la compétition, y compris toute la surface délimitée par le périmètre extérieur de sécurité du stade.

Support numérique : tout moyen ou plate-forme médiatique ou de communication qui utilise ou permet de rendre du contenu numérique ou tout type d'interactivité (connue aujourd'hui où qui sera conçue, développée ou inventée ultérieurement), accessible au grand public ou en circuit fermé, à des fins personnelles ou commerciales, comprenant, sans s'y limiter, tout média ou plate-forme utilisant Internet, l'ordinateur, le téléphone mobile et/ou d'autres technologies numériques, plates-formes ou réseaux de distribution, d'affichage ou de communication, ou d'autres fonctionnalités, comme les plates-formes de médias sociaux que sont notamment Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Weibo, VK, Google+, YouTube, flickr, ou autres blogs, sites Internet, applications ou outils médiatiques similaires.

Support numérique d'un club : tout support numérique utilisé ou administré par ou pour le compte d'un club participant.

Supporter national : toute entité à laquelle est accordé un package de droits publicitaires, promotionnels et marketing en relation avec la compétition uniquement, ces droits ne pouvant être exercés que dans le pays organisateur de la compétition.

Tenue de jeu : collectivement, tout composant/élément (maillot, short et chaussettes) porté par les joueurs, les remplaçants et les membres de l'encadrement des équipes participantes durant un match de la compétition.

Territoire de la compétition : Qatar.

Trophée : trophée original de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA. Une photo du trophée est jointe en annexe à titre d'information uniquement.

Trophée du vainqueur : réplique quasi identique du trophée – remise au vainqueur de la compétition.

Zone sous contrôle : toute zone spécifiée ci-après :

- (i) tout stade de la compétition ;
- (ii) tout site officiel d'entraînement ;
- (iii) tous les hôtels des équipes et les hôtels de la FIFA ;
- (iv) tout lieu où est organisée une activité médiatique officielle de la FIFA/du COL ;
- (v) tout lieu où se déroulent des événements annexes (banquet de la FIFA, etc.) ;
- (vi) le centre international de diffusion ou le centre international de coordination de la diffusion (selon l'échelle comme communiqué par la FIFA avant la compétition) ;
- (vii) tout centre d'accréditation ; et
- (viii) toute zone accessible uniquement sur présentation d'une accréditation officielle pour la compétition (dont, entre autres, les vestiaires des équipes, les tribunes, les zones mixtes, les salles d'interview, les centres des médias et de la télévision et les salons VIP) et lieu où se tiennent les relations publiques de la FIFA et du COL en relation avec la compétition, les conférences de presse et les événements médiatiques.

PARTIE B : PROPRIÉTÉ ET PROTECTION DES DROITS

1. PROPRIÉTÉ ET PROTECTION DES DROITS

- 1.1. Propriété des droits : conformément au règlement de la compétition et au formulaire d'inscription rempli soumis au secrétariat général de la FIFA, chaque club participant reconnaît que, sous réserve des dispositions du présent règlement, tous les droits médias, droits marketing, droits de propriété intellectuelle (y compris les marques de la compétition) ainsi que tous les autres droits commerciaux ou opportunités commerciales ou autres droits et opportunités (y compris tout titre et intérêt dans et envers la compétition ou les parties concernées de cette dernière, dont tous les matches de la compétition et tous les événements annexes organisés dans le cadre de la compétition), qu'ils existent ou qu'ils soient prochainement créés, doivent être exclusivement et uniquement détenus et contrôlés au niveau mondial par la FIFA, sur la base de sa fonction d'instance dirigeante du football mondial ainsi que de ses contributions, de son rôle et ses responsabilités organisationnelles, logistiques et financières dans le cadre de la compétition.

Sauf mention contraire explicite dans le présent règlement, aucun club participant ne saurait exploiter ou utiliser, directement ou indirectement, un quelconque droit médias, droit marketing, droit de propriété intellectuelle (y compris les marques de la compétition) ainsi que tout autre droit ou opportunité commercial(e) ou autre droit et opportunité existant ou prochainement créé (y compris tout titre et intérêt dans et envers la compétition ou la partie concernée de cette dernière, dont tous les matches de la compétition et tous les événements annexes organisés dans le cadre de la compétition).

Aucun club participant ne saurait contester de quelque manière que ce soit la propriété de la FIFA d'un quelconque droit médias, droit marketing, droit de propriété intellectuelle ainsi que tout autre droit ou opportunité commercial(e) ou autre droit et opportunité existant ou prochainement créé (y compris tout titre et intérêt dans et envers la compétition ou la partie concernée de cette dernière, dont tous les matches de la compétition et tous les événements annexes organisés dans le cadre de la compétition).

- 1.2. Coopération des clubs participants : En règle générale, chaque club participant et, dans la mesure applicable, chaque membre de la délégation d'une équipe, est tenu d'observer scrupuleusement les conditions de participation de leur équipe représentative à la compétition telles que définies dans le présent règlement. Il incombe aussi à chaque club participant de veiller à ce que les membres de sa délégation, ses affiliés et autres tiers sous contrat avec lui respectent scrupuleusement le présent règlement. Il doit donc à ce titre leur en notifier sans délai la teneur. Chaque club participant devra informer ses affiliés commerciaux qu'ils n'ont aucun droit marketing ni médiatique en rapport avec la compétition et notamment qu'ils ne peuvent mener aucune activité promotionnelle impliquant l'utilisation des marques de la FIFA, des marques de la compétition, ou de toute autre marque dont les similitudes avec les marques de la FIFA ou les autres marques de la compétition pourraient prêter à confusion.

Chaque club participant devra assister la FIFA dans la résolution de litiges portant sur des violations des droits de propriété intellectuelle ou du marketing sauvage perpétrés par ses affiliés du club. Il est expressément interdit aux clubs d'identifier leurs affiliés commerciaux au moyen de toute marque de la compétition ou de la FIFA dans les médias (y compris, notamment, tout matériel promotionnel) afin d'éviter qu'une association puisse être établie entre leurs affiliés commerciaux et la FIFA ou la compétition.

Les clubs participants indemniseront, défendront et dégageront la responsabilité de la FIFA, du COL ainsi que de leurs officiels, directeurs, employés, représentants, agents et autres auxiliaires contre l'ensemble des responsabilités, obligations, pertes, dommages, pénalités, plaintes, actions, amendes et frais (y compris les frais de justice raisonnables) de quelque nature que ce soit, imputables à toute infraction de leur fait ou du fait des membres de la délégation de leur équipe, de leurs affiliés ou de tout tiers sous contrat avec elles du présent Règlement médias et marketing.

- 1.3. Pas de droit d'association : Aucun tiers ne peut entreprendre quoi que ce soit en dehors de ce qui est permis dans le cadre du présent règlement, et/ou autorisé séparément par la FIFA, qui soit de nature à l'associer à la compétition et/ou à la FIFA, ou à exploiter – directement ou indirectement – les biens incorporels associés à la compétition et/ou à la FIFA.

Tout club participant doit aviser – sans délai et par écrit – la FIFA de toute infraction au présent règlement dont il aurait connaissance.

- 1.4. Transfert de droits : Dans la mesure où tout droit – y compris tout droit médias, droit marketing ou droit de propriété intellectuelle (dont les marques de la compétition) – relatif à la compétition, à tout match de la compétition ou à tout événement annexe à la compétition organisé par la FIFA ou sous son égide peut, en vertu d'une loi ou d'un règlement local ou national, être détenu ou contrôlé par une confédération, l'association hôte ou un club participant (que ce soit parce que l'entité concernée accueille, organise – pour l'association hôte – ou participe à un match de la compétition – le cas échéant – ou autre), la confédération, l'association hôte ou le club participant confère et/ou transfère en vertu du présent règlement ledit droit gratuitement et de manière irrévocable à la FIFA, pour être librement exploité par elle/lui, et renonce à toute prétention à l'exercer et/ou à l'exploiter elle/lui-même ou à en céder le droit d'exercice à un tiers.

Sur demande de la FIFA, la confédération, association hôte et/ou club participant concerné(e)(s) accepte d'exécuter – à ses propres frais, dans un délai raisonnable et conformément aux instructions données par la FIFA – toute autorisation ou tout autre document tel que requis par une loi ou un règlement local(e) ou national(e) afin de rendre effectif une telle cession, transfert et/ou renonciation dudit droit à la FIFA et de permettre une exploitation gratuite et libre par la FIFA – directement ou indirectement – de tout droit médias, droit marketing, droit de propriété intellectuelle ainsi que de tout autre droit ou opportunité commercial(e) ou autre droit et opportunité présent et futur.

- 1.5. Marques du club : pour soutenir la mise en œuvre du présent règlement et conformément aux conditions générales stipulées ci-après, chaque club participant accorde à la FIFA, en vertu de celui-

ci, le droit de faire usage et/ou de concéder, à perpétuité et gratuitement, de toute marque de club et de toute représentation visuelle de l'équipement et de la tenue de jeu en relation avec la participation du club à la compétition.

À cet égard, concernant les articles promotionnels liés à la compétition, chaque club participant accepte que la FIFA soit en droit d'utiliser et/ou d'octroyer une sous-licence concernant toute marque du club (isolément ou en combinaison avec les marques d'autres clubs participants) en association avec les marques de la FIFA et/ou les marques de la compétition, sous réserve que ces articles promotionnels soient par ailleurs dénués de marques. Les clubs participants devront, sur demande, fournir à la FIFA (et/ou tout tiers désigné par la FIFA) une preuve de la reconnaissance de cette clause.

Le droit de la FIFA de faire usage et/ou de concéder des licences dérivées de telles marques des clubs et de représentations visuelles de l'équipement et de la tenue de jeu est exclusif lorsqu'il concerne directement ou indirectement le tournage, l'enregistrement et la diffusion de tout match de la compétition par un quelconque média.

Le droit de la FIFA de faire usage et/ou de concéder des licences dérivées de telles marques des clubs participants et de représentations visuelles de l'équipement et de la tenue de jeu n'est pas exclusif concernant tout autre usage notamment dans le cadre de la promotion de la compétition, de publications sur support électronique ou imprimé, de jeux informatiques, de produits et services médiatiques, du merchandising ou de produits philatéliques ou numismatiques ou autres.

Dans tous les cas, la FIFA ne doit en aucune façon apporter des modifications aux versions officielles des marques d'un club telles qu'il les a déterminées ni ne saurait les utiliser d'une manière :

- i) qui puisse impliquer qu'un club participant fasse de la publicité pour les produits ou les marques d'une entité commerciale telle qu'un affilié commercial ;
- ii) trompeuse ou mensongère ;
- iii) qui compromette ou reflète en défaveur le nom, les biens incorporels, la réputation l'impartialité politique ou religieuse et l'image du club participant ; ou
- iv) qui puisse mettre en danger ou limiter les intérêts de propriété du club participant vis à vis de ses marques.

À la seule exception de l'utilisation par la FIFA des marques des clubs à des fins purement éditoriales sous quelque forme que ce soit, la FIFA

- i) n'utilisera pas isolément les marques de clubs mais l'associera au contraire toujours à celles d'au moins trois autres clubs participants ou à une marque de la compétition ;
- ii) veillera à ce qu'aucune marque de clubs, lorsqu'utilisée avec d'autres marques de clubs, ne soit privilégiée par rapport à celle d'un autre club participant sur aucune marchandise ni article promotionnel.

- 1.6. Coopération et consentement de la délégation d'une équipe : pour soutenir la mise en œuvre du présent règlement, chaque club participant doit (i) veiller à ce que tous les membres de la délégation de son équipe participent à une séance photos et/ou vidéos (dont les photographies et les images qui seront utilisées et/ou concédées en sous-licence par la FIFA conformément au reste du présent art. 1.6) et (ii) veiller à obtenir de chaque membre de la délégation de son équipe, confirmation écrite qu'il autorise la FIFA à faire usage et/ou à concéder, irrévocablement et gratuitement, des licences dérivées de tous les enregistrements, noms, photographies et images (aussi bien statiques qu'animées) qui pourront être publiés ou produits dans le cadre de sa participation à l'une ou l'autre phase de la compétition (y compris, mais pas seulement, les photographies des membres de la délégation de l'équipe prises aux fins de leur accréditation). La FIFA ne pourra utiliser les enregistrements, noms, photos et images (aussi bien statiques qu'animées) des membres des délégations des équipes en aucune façon qui puisse amener un quelconque club participant et/ou membre de la délégation d'une équipe à faire de la publicité pour les produits ou les marques d'une quelconque entité commerciale telle qu'un affilié commercial de la FIFA.

Le droit de la FIFA de faire usage et/ou de concéder des licences dérivées de tout enregistrement, nom, photographie et image est exclusif lorsqu'il se rapporte au tournage, à l'enregistrement et à la diffusion de matches de la compétition ou de tout produit médiatique officiel lié à la compétition ou à la FIFA (film officiel de la FIFA, etc.), par un quelconque média.

Ce droit n'est pas exclusif lorsqu'il concerne tout autre usage, que ce soit dans le cadre de la promotion de la compétition, de publications sur un quelconque support (y compris, sans toutefois s'y limiter, les supports électroniques ou imprimés, les signaux télévisés, à large bande et mobiles, les présentations sur écran géant, les images téléchargeables), de jeux informatiques, de produits et services médiatiques, de produits dérivés, de produits philatéliques et numismatiques ou autres, ou de la promotion des produits et programmes médiatiques. La FIFA ne doit en aucun cas exercer ce droit d'une manière qui puisse amener un quelconque membre de la délégation d'une équipe à faire de la publicité pour les produits ou les marques d'une quelconque entité commerciale, y compris un affilié commercial.

Chaque club participant doit également se charger d'obtenir toutes les autorisations nécessaires pour que la FIFA puisse utiliser les informations sur les joueurs de l'équipe participante (telles que les données des joueurs – taille, poids, âge, etc.) ainsi que les détails de l'historique du club en relation avec sa participation et celle des membres de sa délégation à la compétition.

2. MARQUES DE LA COMPÉTITION

- 2.1. Propriété des marques de la compétition : la FIFA est propriétaire exclusif de toutes les marques de la compétition, et elle détient le droit exclusif de concevoir tout logo, marque et symbole de et/ou en relation avec la compétition (y compris chacune de ses phases).
- 2.2. Création de marques concurrentes interdite : Afin de (i) garantir la cohérence de l'identité visuelle et de l'ambiance de la compétition et (ii) d'empêcher tout affilié ou tiers de pratiquer le marketing sauvage dans le cadre de la compétition, chaque club participant doit veiller à ce que ni lui, ni aucun des affiliés ou tiers sous contrat avec lui ne conçoive, n'utilise, ne fasse enregistrer, n'adopte ni ne crée aucune marque, logo ou symbole faisant référence à (l'une des phases de) la compétition, ou dont la similitude avec les marques de la compétition pourrait, de l'avis de la FIFA, prêter à confusion ou constituer une imitation en couleur, une dérivation des marques de la compétition ou une concurrence déloyale pour celles-ci.

Chaque club participant convient en particulier de s'abstenir et de veiller à ce que ses affiliés et les tiers sous contrat avec lui s'abstiennent de concevoir, utiliser ou faire enregistrer tout nom, logo, marque déposée, vignette, nom de marque, symbole, marque de service ou autre marque (déposée ou non) ou désignation pouvant raisonnablement être interprétés par le public comme une association avec la FIFA, avec toute phase de la compétition ou avec le COL, y compris les termes « World Cup », « Mundial », « FIFA », « Coupe du Monde », « Copa do Mundo », « Copa del Mundo », « WM », « Weltmeisterschaft » (ou tout autre terme qui, de l'avis de la FIFA, est susceptible de créer une association avec la compétition ou toute phase de la compétition dans toute autre langue), ou de concevoir, utiliser ou faire enregistrer toute date en relation avec le nom du pays hôte, les sites ou les villes hôtes de la compétition, toute vignette similaire ou toute variante de ces termes ou de cette date dans une quelconque langue.

- 2.3. Interdiction de contestation des marques de la compétition : Chaque club participant s'engage à ne pas s'opposer et à veiller à ce qu'aucun de ses affiliés ou des tiers sous contrat avec lui ne s'oppose à une quelconque demande de dépôt de marque ou de droits d'auteur émanant de la FIFA, de ses affiliés commerciaux, d'autres affiliés autorisés, mandataires ou licenciés en relation avec les marques de la compétition, ni ne cherche à annuler le dépôt de ces demandes. Aucun club participant ne peut contester en aucune façon ni déposer de demande de droits d'auteur, de marque déposée ou de brevet, ni enregistrer de nom de domaine se rapportant aux marques de la compétition, dès lors que ces démarches pourraient être préjudiciables aux intérêts de la FIFA en sa qualité de propriétaire des marques de la compétition. Si un affilié d'un club ou un tiers sous contrat avec lui s'oppose à une demande de dépôt de marque ou de droits d'auteur émanant de la FIFA ou de ses affiliés, mandataires ou licenciés en relation avec les marques de la compétition, le club participant concerné doit veiller, en prenant toutes les mesures requises par la FIFA, à ce que ladite entité cesse immédiatement de faire obstruction à cette demande. Les dispositions du présent art. 2.3 ne s'appliquent pas aux marques de la compétition couvrant un droit de propriété intellectuelle appartenant à un club participant (ou à l'un de ses affiliés ou tiers sous contrat) et déposé avant la publication du présent règlement.

3. INTERDICTION DU MARKETING SAUVAGE ET AUTRES INFRACTIONS

- 3.1. Lutte contre les infractions : La compétition (et les droits commerciaux sur la compétition) peut perdre une grande partie de sa valeur commerciale si l'affilié d'un club ou un tiers sous contrat avec lui se livre au marketing sauvage ou le permet. Cette pratique peut diminuer considérablement la capacité de la FIFA à financer la compétition. Chaque club participant est par conséquent tenu de veiller à ce que ses affiliés ou les tiers sous contrat avec lui (i) ne soient pas associés (ni ne cherchent à être associés) – directement ou indirectement – à la FIFA, à la compétition ou à toute autre compétition ou événement organisé par ou sous l'égide de la FIFA ; (ii) n'exploitent pas les biens incorporels associés à la compétition, à la FIFA ou à toute autre compétition ou événement organisé par ou sous l'égide de la FIFA ; et (iii) respectent les dispositions du présent règlement relatives à l'usage des marques de la compétition.
- 3.2. Notification aux clubs participants : conformément à la pratique actuelle, la FIFA avisera un club participant si l'un de ses affiliés ou tout tiers sous contrat avec lui exerce une activité qu'elle considère comme contraire au présent règlement telle que (liste non exhaustive) :
- i) infraction aux droits de propriété intellectuelle de la FIFA (y compris les marques de la compétition) ;
 - ii) tenue d'un concours, loterie ou autre activité publicitaire ou promotionnelle non autorisé(e) impliquant, visant à impliquer ou pouvant raisonnablement être interprété comme impliquant l'usage de billets ou l'accès aux sites d'entraînement officiels ;
 - iii) infraction aux restrictions d'activité des affiliés du club ou des tiers sous contrat avec lui visées dans le présent règlement ; ou
 - iv) toute autre activité de marketing sauvage.
- 3.3. Cadre : les dispositions des articles 3.1 et 3.2 ci-dessus s'appliquent même dans le cas où les activités constitutives de l'infraction n'ont pas de rapport direct avec l'affilié du club participant pertinent ou le tiers sous contrat avec ce dernier.
- 3.4. Cessation du marketing sauvage : Sur notification écrite par la FIFA de toute activité de marketing sauvage ou de toute autre infraction de la part d'un affilié du club participant ou d'un tiers sous contrat avec lui, le club participant concerné veillera, en prenant toutes les mesures requises par la FIFA, à ce que ledit affilié ou tiers sous contrat cesse immédiatement ses activités et à ce qu'il fournisse à la FIFA des garanties écrites qu'il accepte de cesser immédiatement ses activités et se gardera à l'avenir de pratiquer tout marketing sauvage ou toute autre activité constituant une infraction au présent règlement. La présente disposition s'applique également dans les cas où le marketing sauvage est le fait d'une entreprise affiliée à ou appartenant au groupe d'un affilié d'un club participant ou d'un tiers sous contrat.
- 3.5. Notification par les clubs participants : chaque club participant fera tout ce qui est en son pouvoir pour préserver le marché de la publicité dans son pays de toute activité de marketing sauvage et notifiera (le cas échéant) sans délai ces activités à la FIFA.

PARTIE C : COMPÉTITION

4. INTRODUCTION

- 4.1. Durée de validité du présent règlement : le présent règlement est en vigueur pour toute la durée de la compétition, aussi bien les jours de match que les jours sans match.

5. EXPLOITATION DES DROITS MÉDIAS

- 5.1. Droits exclusifs de la FIFA : la FIFA est propriétaire exclusif des droits d'exploitation de tous les droits médiatiques liés à la compétition. Sauf autorisation expresse de la FIFA, ni les associations membres, ni les clubs participants, ni l'association hôte, ni les confédérations, ni aucun tiers ne peut, dans quelque mesure que ce soit et à aucun moment avant, pendant ou après la compétition, exploiter l'intégralité ou une partie des droits médias relatifs à la compétition.

- 5.2. Matériel filmographique et photographique officiel de la FIFA la FIFA a le droit exclusif de produire, enregistrer, exploiter et distribuer le matériel filmographique à toute fin commerciale et non commerciale, y compris mais pas seulement les documentaires relatifs à la compétition et/ou à la participation d'un club participant, de son équipe participante et de tous les membres de la délégation de son équipe à la compétition.

Indépendamment du droit d'utiliser des images animées ou statiques de matches de la compétition à des fins non commerciales – sous réserve de l'approbation de la FIFA –, les clubs participants ne produiront, n'enregistreront, n'exploiteront ni ne distribueront – et veilleront à ce qu'aucun membre de leur délégation ni aucun tiers ne produise, n'enregistre, n'exploite ni ne distribue – de contenu exclusivement audio, exclusivement visuel – animé ou statique –, ou audiovisuel, toute donnée et/ou tout contenu textuel de et/ou lié à la FIFA, à la compétition et/ou à une cérémonie relative à la compétition, ou se rapportant à la participation d'un club à la compétition, dont son équipe participante et tous les membres de sa délégation, à toute fin commerciale ou non commerciale, sans le consentement écrit préalable de la FIFA. Dans de tels cas, au moment du séminaire des équipes organisé par la FIFA avant la compétition, le club participant sera tenu d'informer la FIFA – par écrit et en détail – de tout projet, plan ou initiative de ce type pour qu'elle puisse l'évaluer et l'approuver ou non. Toute approbation doit être fournie sous forme écrite.

Longtemps avant la compétition, la FIFA publiera des directives régissant la production de tout matériel filmographique par les membres de la délégation de l'équipe.

- 5.3. Accès au vestiaire pour la production de vidéos et/ou photographies : Nonobstant l'art. 9.2 ci-dessus et concernant uniquement la finale de la compétition, l'équipe victorieuse accordera aux équipes de FIFA TV ou à leurs mandataires un accès à son vestiaire (pour filmer – les images ne seront pas diffusées en direct – et photographe) dès son retour dans ledit vestiaire après la rencontre pour une durée approximative de dix minutes. Pendant toute la durée de leur passage dans le vestiaire de l'équipe victorieuse, les équipes de FIFA TV ou leurs mandataires s'engageront

à respecter la vie privée des membres de la délégation de l'équipe et s'efforceront de rester aussi discrets que possible, conformément à ce qui aura été convenu avec l'agent de liaison de l'équipe.

6. EXPLOITATION DES DROITS MARKETING

- 6.1. Droits exclusifs de la FIFA : la FIFA est propriétaire exclusif des droits d'exploitation de tous les droits marketing liés à la compétition. Ni les associations membres, ni les clubs participants, ni l'association hôte, ni les confédérations, ni aucun tiers ne peut dans quelque mesure que ce soit, à aucun moment avant, durant ou après la compétition, exploiter les droits marketing sur la compétition ou une partie de ces droits.

7. ÉQUIPEMENT, AUTRES ÉLÉMENTS ET BOISSONS DANS LES ZONES SOUS CONTRÔLE

- 7.1. Règlement de l'équipement : Durant la période de la compétition, chaque club participant sera tenu de respecter strictement le Règlement de l'équipement en vigueur. Comme prévu par le Règlement de l'équipement, dans le cas d'une quelconque divergence du présent règlement avec le Règlement de l'équipement, le présent règlement prévaudra sur les dispositions du Règlement de l'équipement et, dans un tel cas, les dispositions en question du Règlement de l'équipement seront amendées en conséquence. Dans la droite ligne du principe des sites de compétition de la FIFA « exempts de publicité », les règles complémentaires ci-après s'appliquent à l'équipement dans les zones sous contrôle (y compris « l'enceinte intérieure ») pendant toute la durée de la compétition :

- (i) Équipement : La mention d'un seul et unique affilié du club à des fins publicitaires sur la tenue de jeu est permise sur le devant du maillot :
- a. s'il s'agit d'une marque unie et non d'une quelconque forme de compilation ou d'une marque combinée. On entend par compilation ou marque combinée des représentations graphiques du sponsor composées d'au moins deux produits ou marques distinctes, ou d'un nom de marque combiné qui, s'il est dissocié, comprend au moins deux noms de la marque ;
 - b. si l'affilié du club est le sponsor principal du club participant ;
 - c. si la publicité de l'affilié du club affichée pendant la compétition correspond à la publicité arborée sur le maillot des joueurs pendant la saison passée ou en cours du championnat national du club participant et/ou pendant la compétition internationale de clubs qui a permis au club participant de se qualifier pour la compétition ;
 - d. La surface occupée par la publicité de l'affilié du club ne doit pas excéder 200cm² et doit être placée sur l'avant du maillot, au niveau du torse. Les lettres ne doivent pas dépasser 10cm de haut ;
 - e. La publicité pour le tabac ou les boissons fortement alcoolisées (liqueurs et spiritueux) ainsi que les slogans de nature politique, sexiste, religieuse ou raciste, ou soutenant d'autres causes contraires à la morale, sont strictement interdits ;

- f. Afin de lever toute ambiguïté, aucune publicité ou mention de l'affilié du club – sauf celle de l'équipementier, conformément au règlement de l'équipement – n'est permise sur tout élément de la tenue de jeu.

L'équipement sportif du club participant doit être conforme au Règlement de l'équipement et à l'ensemble des règles applicables dans le pays de la compétition. Toute restriction du Règlement de l'équipement concernant l'équipement est également considérée comme s'appliquant à tout vêtement, équipement spécial tel que les éléments portés sous la tenue de jeu, tout autre élément d'équipement et tout vêtement porté à la place de la tenue de jeu, y compris aux maillots et aux vêtements « de célébration » portés et/ou arborés par les membres de la délégation d'une équipe pendant un match de compétition finale ou à son issue.

- (ii) Sacs et autres éléments : tout sac et/ou autre élément utilisé ou appartenant aux membres de la délégation qui est introduit dans un stade de la compétition (y compris au niveau du terrain (ou de l'« arène » du stade) et toutes les zones des médias dont les zones mixtes) les jours de match et/ou les jours sans match doit être exempt de toute autre marque que (i) l'emblème officiel du club participant (conformément aux conditions stipulées dans le Règlement de l'équipement qui s'applique en conséquence) et (ii) le logo du fabricant. Le logo en question ne doit pas dépasser 25cm². Aucun autre logo n'est autorisé sur un tel sac ou autre élément.
- (iii) Tenue de cérémonie : tout élément de la tenue de cérémonie (cravate, chemise, costume, accessoires etc.) porté par les membres de la délégation d'une équipe dans une zone sous contrôle doit être totalement exempt de toute marque (commerciale ou de fabrication) d'un tiers (aussi bien cousue qu'attachée séparément) – seul l'emblème du club participant à laquelle ils appartiennent est autorisé. La même restriction s'applique à la fois aux éléments de la tenue de cérémonie et de l'équipement spécial si ceux-ci sont portés simultanément.
- (iv) Présentation de l'équipement à la FIFA : en vertu du Règlement de l'équipement, les clubs participants sont tenus de présenter à la FIFA un échantillon complet de leur tenue, pour approbation. Chaque club participant soumettra à la FIFA, pour approbation, un échantillon de tous les autres éléments destinés à être portés par les membres de la délégation de son équipe dans la zone sous contrôle pendant la durée de la compétition, à savoir tous les vêtements et équipements portés sous ou à la place de la tenue de jeu (y compris tout élément « de fête ») et toute tenue de cérémonie. La FIFA notifiera aux clubs participants la date limite de présentation de ces articles.
- (v) Technologie portable : Avant de pouvoir être utilisé dans le cadre d'un match de la compétition, tout élément spécial porté par les joueurs à des fins d'analyse des performances, tels que des systèmes électroniques de suivi et d'évaluation des performances, doit être testé et certifié par, ou sous l'égide de, la FIFA au regard de la Loi 4 des Lois du Jeu. Tout club participant ayant prévu d'utiliser de tels outils doit en informer la FIFA et s'assurer qu'ils figurent sur la liste de la FIFA relative aux outils approuvés, ou qu'ils sont en cours d'évaluation et certification afin d'être approuvés en amont de la compétition. De plus amples informations sur les tests et le processus de certification sont disponibles sur <https://football-technology.fifa.com/fr/standards/wearable-epts/>.

Les données recueillies par ces équipements et toute interprétation de celles-ci ne peuvent être utilisées que par l'équipe participante et/ou le joueur concerné et uniquement à des fins de contrôle des performances (données physiques, techniques et tactiques). Les données recueillies par ces articles et toute interprétation de celles-ci ne peuvent en aucun être utilisées à d'autres fins, notamment commerciales, ni par d'autres parties, et la divulgation de ces données et/ou de leur interprétation est strictement interdite. L'utilisation de ce type d'équipements spéciaux dans la zone technique d'un stade de la compétition est interdite. Aucune marque de fabricant ou de tiers n'est autorisée sur les équipements spéciaux portés à des fins d'analyse de performances, à l'exception d'une seule marque d'identification du fabricant apposée par impression ton sur ton qui ne doit pas être visible lorsque l'équipement est utilisé.

Afin de protéger l'intégrité de la compétition et des droits de la FIFA y afférents, cette dernière peut imposer des restrictions sur la collecte, l'utilisation et/ou l'interprétation des données recueillies par ces systèmes de suivi et d'analyse des performances.

7.2. Interdiction de publicité sur l'équipement : Sauf disposition contraire explicite dans le Règlement de l'équipement ou le présent règlement, il est interdit aux membres de la délégation d'une équipe d'arborer :

- (i) des messages ou slogans à caractère commercial, politique, religieux ou personnel dans quelque langue que ce soit ;
- (ii) toute marque déposée ; et/ou
- (iii) toute marque ou nom de fabricant de quelque sorte que soit

sur leur tenue de jeu, équipement spécial, autres éléments d'équipement, tenue de cérémonie, autre vêtement porté à la place de la tenue de jeu ou autres éléments utilisés (y compris, sans toutefois s'y limiter, les sacs, sacs à ballon, récipients pour boissons et trousse médicales) ou sur leur corps, aussi longtemps qu'ils se trouvent dans une zone sous contrôle les jours de match (pour les clubs qui disputent le match de la compétition en question ou assistent à une cérémonie) et les jours sans match. Cette disposition s'applique à tous les effets personnels (y compris les couvre-chefs, les lunettes de soleil, les sacs, les bagages, les casques audio et autres accessoires de mode) portés ou possédés par les membres de la délégation d'une équipe.

7.3. Équipement des ramasseurs de balles, escortes de joueurs et porte-drapeaux : nonobstant l'art. 59 du Règlement de l'équipement, les éléments d'équipement portés par les ramasseurs et ramasseuses de balles, escortes de joueurs et porte-drapeaux pendant les matches de la compétition peuvent arborer les marques des affiliés commerciaux approuvées par la FIFA.

7.4. Équipement technique : à son arrivée sur le territoire de la compétition, chaque équipe participante se verra remettre les articles suivants par le coordonnateur général de la FIFA, articles à utiliser pendant toute la durée de la compétition :

- (i) 2 malles de premiers secours ;
- (ii) 4 porte-bouteilles en plastique ;

- (iii) 1 glacière ;
- (iv) 50 bouteilles en plastique pour les boissons ;
- (v) 3 x 2 brassards de capitaine aux couleurs contrastées ;
- (vi) des sacs à ballons ; et
- (vii) des ballons officiels de la compétition.

Pendant la durée de la compétition, une fois qu'une équipe participante est arrivée dans un stade de la compétition pour un match de la compétition ou une séance d'entraînement officielle, le coordonnateur général de la FIFA lui fournira en quantité suffisante des chasubles d'échauffement/d'entraînement (présentant exclusivement les marques de la FIFA, de FIFA.com et/ou de la compétition). Aucune autre chasuble ne peut être portée, qu'elle comporte une marque ou non, et aucune marque ne peut être ajoutée aux chasubles d'échauffement/d'entraînement fournies par la FIFA. Les équipes participantes doivent retourner ces chasubles à l'issue de chaque match de la compétition ou séance d'entraînement officielle.

À la seule exception des entraînements sur les sites officiels d'entraînement lors desquels les membres des délégations des équipes sont autorisés à utiliser leur propre équipement technique fourni par les affiliés non commerciaux, les membres des délégations des équipes ne doivent utiliser aucun article identique ou analogue à ceux de l'équipement technique dans les zones sous contrôle. L'exception susmentionnée ne s'applique pas aux séances officielles d'entraînement organisées dans un stade de la compétition. Dans tous les cas, pendant toute séance d'entraînement organisée sur le site d'entraînement officiel et pendant toute séance d'entraînement officielle organisée dans un stade de la compétition, les membres de la délégation de l'équipe doivent utiliser exclusivement le ballon officiel de la compétition tel que fourni par un affilié commercial.

7.5. Consommation de boissons dans les zones sous contrôle Les dispositions suivantes s'appliquent à la consommation de boissons dans les zones sous contrôle :

- (i) Mise à disposition de boissons : les clubs participants reçoivent des produits de la marque Coca-Cola et notamment de l'eau et des boissons sportives à consommer dans les zones sous contrôle. La quantité de boissons fournies est déterminée par la FIFA.

Les clubs participants qui souhaitent consommer des boissons d'une autre marque doivent impérativement les stocker ou les conditionner dans les bouteilles en plastique fournies par la FIFA au titre de l'équipement technique visé au précédent art. 7.4 avant d'arriver dans une zone sous contrôle.

- (ii) Interdiction de boissons concurrentes : Il est expressément interdit aux clubs participants d'introduire des boissons de marques concurrentes de The Coca-Cola Company dans les zones sous contrôle applicables, notamment les vestiaires, les abords des terrains dans les stades de la compétition, les zones d'activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL, les zones mixtes, les salles d'interviews ainsi que les centres des médias et de la télévision, à moins que ces produits ne soient préalablement conditionnés dans les récipients neutres fournis par la FIFA.

8. RÈGLES SPÉCIFIQUES POUR LES SITES OFFICIELS D'ENTRAÎNEMENT

- 8.1. Interdiction de publicité : la seule publicité autorisée sur les sites officiels d'entraînement est celle des affiliés commerciaux de la FIFA, qui sera installée par la FIFA à sa seule convenance. Les clubs participants ne sont pas autorisés à afficher, à organiser l'affichage ni à autoriser la distribution de matériel publicitaire ou promotionnel sur les sites officiels d'entraînement. Nonobstant ce qui précède, les dispositions de l'art. 11.2iv ci-dessous s'appliquent aux activités médiatiques des clubs sur les sites officiels d'entraînement.
- 8.2. Spectateurs et billetterie : tous les entraînements sur les sites officiels d'entraînement sont contrôlés par la FIFA et le COL. Il est interdit aux clubs participants, à leurs affiliés, ou à tout tiers sous contrat avec eux de se livrer à toute action publicitaire auprès des spectateurs qui assistent à un entraînement sur un site officiel d'entraînement. Ni les clubs participants, ni leurs affiliés, ni aucun autre tiers ne peut vendre ou distribuer sous quelque forme commerciale ou non commerciale que ce soit des billets pour les entraînements sur les sites officiels d'entraînement.
- 8.3. Marque des sponsors sur les maillots d'entraînement et les chasubles d'échauffement/entraînement : Nonobstant les dispositions du précédent art. 7.1, tous les maillots destinés à l'entraînement, éléments supplémentaires de l'équipement et chasubles d'échauffement/entraînement portés par les membres de la délégation d'une équipe sur des sites officiels d'entraînement peuvent comporter la marque des affiliés du club participant ou de tout tiers sous contrat avec lui.
- 8.4. Ventes de nourriture et de boissons : à l'exception des accords de la FIFA avec ses affiliés commerciaux, les clubs ne peuvent conclure aucun accord avec un tiers pour la vente de nourriture et boissons sur les sites officiels d'entraînement.
- 8.5. Ventes de produits dérivés : À l'exception des accords de la FIFA ou de tiers désignés par la FIFA avec les détenteurs de licence officiels, aucun produit dérivé de tiers ni aucun autre produit sous licence ne peut être mis en vente ni distribué sur les sites officiels d'entraînement.

9. ACTIVITÉS MÉDIATIQUES ET COOPÉRATION AVEC LES MÉDIAS DANS LES ZONES SOUS CONTRÔLE

- 9.1. Coopération avec les médias : Chaque club participant est tenu d'aider et de veiller à ce que chaque membre de la délégation de son équipe aide du mieux possible la FIFA, le fournisseur de contenu numérique désigné par la FIFA, les représentants des détenteurs de droits médias et les représentants des médias accrédités dans leurs activités médiatiques pendant la durée de la compétition.

- 9.2. Accès aux équipes participantes : Pour aider la FIFA à documenter, couvrir et promouvoir la compétition, les clubs participants sont tenus d'aider et de veiller à ce que chaque membre de la délégation de leur équipe aide du mieux possible les équipes de FIFA TV dans leurs tâches respectives. La FIFA approchera les équipes participantes afin de s'assurer de leur coopération à cet égard. Chaque club participant doit désigner un membre de la délégation de son équipe en tant que responsable médias de l'équipe pour faire le lien entre le club participant et la FIFA.

Chaque club participant accordera à la FIFA, aux officiels de la FIFA et/ou à leurs mandataires – sur demande raisonnable –, le droit non exclusif de bénéficier d'un accès prioritaire aux membres de la délégation de son équipe pour réaliser des interviews. Chaque club participant garantit à la FIFA, aux officiels de la FIFA et/ou à leurs mandataires le droit d'accéder librement, à tout moment durant une période commençant cinq jours avant le premier match de la compétition de son équipe participante et s'achevant douze heures après le coup de sifflet final du dernier match de son équipe participante, à toute zone de l'installation où l'équipe s'entraîne et/ou séjourne et à toute zone où un match est organisé, y compris mais pas seulement les sites officiels d'entraînement, l'hôtel de l'équipe et tout espace médias du club participant.

L'accès aux vestiaires de l'équipe participante sur les sites officiels d'entraînement, dans les stades de la compétition et dans les hôtels de l'équipe ne sera accordé que sur autorisation des membres compétents de la délégation de l'équipe – qui ne peut être refusée sans motif raisonnable –, les préoccupations d'ordre sportif et la préservation de la vie privée des membres de la délégation de l'équipe devant primer en toutes circonstances.

Nonobstant ce qui précède, chaque club participant doit s'assurer que les membres de sa délégation d'équipe se rendent – sur demande raisonnable de la FIFA, de ses officiels, des équipes de FIFA TV ou de leurs mandataires – dans l'espace de la zone mixte réservé aux équipes de la FIFA du stade et du site officiel d'entraînement, tel qu'établi par la FIFA pour la réalisation d'interviews d'après-match/entraînement.

- 9.3. Activités médiatiques :

- (i) Journée de rencontre entre les médias et les équipes : Afin que les médias puissent rencontrer les joueurs, entraîneurs et officiels des clubs, et ainsi effectuer une présentation complète des équipes de la compétition, il est demandé aux clubs d'organiser une journée de rencontre entre les médias et l'équipe. Le lieu de rencontre entre les médias et l'équipe doit être le stade du club participant ou son site d'entraînement. La rencontre doit idéalement se tenir fin octobre, ou immédiatement après la qualification du club participant si celle-ci est assurée plus tard.

Il est indispensable que les équipes de FIFA TV (y compris le diffuseur hôte de la compétition), les détenteurs de droits médias, les autres représentants de la FIFA (dont le fournisseur de contenu numérique de la FIFA), ainsi que les représentants des médias nationaux et internationaux puissent participer à la journée de rencontre organisée par le club participant à l'intention des médias.

- (ii) Arrivée dans le pays hôte : le jour de son arrivée dans le pays hôte, le club participant doit prendre part à des activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL en veillant à la présence de l'entraîneur principal et d'au moins un joueur de l'équipe ayant de fortes chances de faire partie du onze de départ pour le premier match de l'équipe dans la compétition.
- (iii) Séances d'entraînement : il est recommandé au club participant de permettre aux médias accrédités d'approcher l'entraîneur principal et au moins un joueur de l'équipe après toutes les séances d'entraînement – tenues dans un stade de la compétition ou ailleurs.
- (iv) Activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL dans les stades de la compétition : chaque club participant est tenu de prendre part à et de soutenir les activités médiatiques officielles organisées par la FIFA/le COL dans le stade de la compétition dans lequel il doit disputer un match de la compétition. Ces activités médiatiques sont les suivantes :
 - a. À l'exception d'une séance d'entraînement en amont de chaque match, tous les clubs participants doivent ouvrir leurs séances d'entraînement aux médias pendant les 15 premières minutes au minimum. Le club participant doit informer la FIFA par écrit s'il entend exiger le départ des représentants des médias et des officiels de la FIFA après que ceux-ci ont assisté aux 15 premières minutes d'une séance d'entraînement ;
 - b. En aucun cas les officiels de la FIFA ou les représentants des médias ne seront autorisés à pénétrer sur le terrain avant, pendant ou après une séance d'entraînement ; et
 - c. Une conférence de presse officielle sera organisée par la FIFA dans le stade concerné la veille du match de l'équipe – à l'issue de la séance d'entraînement officielle. Cette conférence de presse requiert la présence de l'entraîneur principal de l'équipe et d'au moins un joueur vraisemblablement amené à débiter le match concerné. Quel que soit l'endroit où a lieu la séance d'entraînement officielle, la conférence de presse sera organisée dans le stade.
- (v) Activités médiatiques les jours de match : Le jour d'un match, le club participant doit s'assurer de participer aux activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL suivantes, coordonnées par la FIFA dans le stade de la compétition :
 - a. suffisamment avant l'arrivée de la délégation de l'équipe en amont de chaque match de la compétition, et en coordination avec la FIFA, le diffuseur hôte pourra accéder au vestiaire de l'équipe afin de tourner des séquences. Cela comprend une interview unilatérale (debout) pour un détenteur de droits médias filmé par le diffuseur hôte ;
 - b. à l'arrivée de la délégation de l'équipe avant chaque match de la compétition, l'entraîneur principal de l'équipe ou d'autres membres de la délégation – à l'exception des joueurs amenés à débiter la rencontre – doivent se prêter à des « interviews à l'arrivée de l'équipe »
 - c. à la mi-temps de chaque match de la compétition, l'entraîneur principal de l'équipe ou d'autres membres de la délégation – à l'exception des joueurs figurant sur la liste officielle de départ – peuvent devoir se prêter à un interview flash par

des détenteurs de droits médias dans une zone de diffusion prévue à cet effet, sous réserve de l'accord du membre de la délégation d'équipe concerné et de l'approbation de la FIFA ; et

- d. après chaque match, l'entraîneur principal et certains joueurs de l'équipe doivent se prêter à des interviews par des représentants des détenteurs de droits médias. Ces interviews peuvent avoir lieu :
 - i. sous la forme d'interviews flash sur le terrain à proximité de la surface technique ;
 - ii. sous la forme d'interviews flash dans le tunnel menant au terrain ou à proximité des vestiaires ;

(vi) Après chaque match :

- a. L'entraîneur principal de l'équipe doit participer à la conférence de presse officielle d'après-match, tout comme, le cas échéant, le(s) joueur(s) récompensé(s) d'une distinction individuelle (« Joueur du match », etc.).
- b. Tous les joueurs de l'équipe doivent passer par la zone mixte du stade de la compétition ; et
- c. les joueurs sélectionnés pour un contrôle de dopage devront rester disponibles pour les interviews flash d'après-match et, le cas échéant, pour la conférence de presse officielle d'après-match ainsi que pour la zone mixte (avant le contrôle, accompagnés d'une escorte et d'un responsable médias de la FIFA) ;

(vii) tout matériel publicitaire ou de marque pouvant avoir un lien avec un quelconque tiers (y compris les affiliés du club ou tout tiers sous contrat avec lui) est interdit lors des activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL. Cette restriction s'étend de manière non limitative aux arrière-plans, à la signalisation, aux produits, aux services, et (sauf disposition contraire du Règlement de l'équipement ou des précédents art. 7.1 à 7.5 du présent règlement) aux marques sur l'équipement, autres vêtements ou équipement supplémentaire portés ou utilisés par les joueurs et autres membres de la délégation de l'équipe.

(viii) les guides et autres publications à l'attention des médias ne peuvent être distribués – directement ou au nom de – par un club, un de ses affiliés et/ou un quelconque tiers lors d'une quelconque activité médiatique officielle de la FIFA/du COL, sauf approbation écrite préalable de la FIFA ; et

(ix) les joueurs et les autres membres de la délégation de l'équipe ne doivent en aucun cas faire verbalement référence à :

- a. un affilié du club ni un tiers sous contrat avec le club en question ;
- b. un sponsor d'un membre de la délégation de l'équipe ; ou
- c. une autre entité commerciale.

10. RÈGLES SPÉCIFIQUES POUR LES HÔTELS DES ÉQUIPES

- 10.1. Interdiction de publicité : les clubs participants ne sont pas autorisés à afficher, à organiser l'affichage ni à autoriser l'affichage de matériel publicitaire ou promotionnel dans les hôtels de leur équipe, sur le terrain desdits hôtels ni dans les zones en libre accès à l'intérieur de ces hôtels (telles que le hall d'entrée). Nonobstant ce qui précède, les dispositions de l'art. 11.2iii ci-dessous s'appliquent aux activités médiatiques des clubs dans les hôtels des équipes.
- 10.2. Marque des sponsors sur les maillots d'entraînement : Nonobstant l'art. 7.1 ci-avant, tous les maillots destinés à l'entraînement et les éléments supplémentaires de l'équipement portés par les membres de la délégation d'une équipe dans les hôtels des équipes peuvent comporter la marque des affiliés du club.
- 10.3. Activités de tournage vidéo de la FIFA : Sur demande raisonnable, la FIFA, les équipes de FIFA TV ou leurs mandataires disposeront d'une salle dans l'hôtel de l'équipe à des fins exclusives de réalisation d'interviews.
- 10.4. Activités médiatiques : Chaque club participant est tenu d'aider et de veiller à ce que chaque membre de sa délégation d'équipe aide raisonnablement la FIFA dans ses activités médiatiques sur les hôtels des équipes, en sachant que les préoccupations d'ordre sportif et la préservation de la vie privée des membres de la délégation de l'équipe doivent toujours primer.

11. ACTIVITÉS DES CLUBS PARTICIPANTS

- 11.1. Affichage et distribution de matériel promotionnel : sauf disposition contraire ci-après, les clubs participants ne sont pas autorisés à utiliser, afficher ou distribuer un quelconque contenu ni à exercer une quelconque activité pouvant servir à identifier et/ou promouvoir un quelconque tiers dans les zones sous contrôle. Elles doivent veiller à ce que les membres de la délégation de leur équipe respectent également cette interdiction. En particulier, les clubs participants ne sont pas autorisés à :
 - (i) de distribuer dans les zones sous contrôle, sans l'autorisation écrite préalable de la FIFA, des guides à l'usage des médias ou toute autre publication qui permette aux affiliés des clubs participants ou à tout tiers sous contrat avec eux, de s'associer à la FIFA et/ou à la compétition ;
 - (ii) de vendre ou d'autoriser la vente ou la distribution de nourriture et de boissons dans les zones sous contrôle ;
 - (iii) de vendre ou d'autoriser la vente ou la distribution de tout produit dérivé (copies de la tenue de l'équipe, ballons, cadeaux, etc.) dans les zones sous contrôle ; ou
 - (iv) d'afficher tout matériel publicitaire ou toute marque (arrière-plans, signalisation, produits et services, etc.) ayant un lien avec leurs affiliés ou toute autre entité commerciale dans les zones sous contrôle, excepté les éléments énoncés aux paragraphes iii et iv de l'art. 11.2 ci-dessous.

11.2. Activités médiatiques des clubs :

Les restrictions énoncées à l'art. 9 s'appliquent également à toutes les activités médiatiques des clubs organisées en dehors des zones sous contrôle. Au sujet des activités médiatiques des clubs, les dispositions suivantes s'appliquent :

- (i) Arrière-plans de presse : L'arrière-plan installé derrière les membres de la délégation de l'équipe lors des activités médiatiques des clubs peut comporter de la publicité et/ou des marques de tiers (affiliés des clubs, etc.), mais cette publicité et/ou ces marques :
 - a) ne doivent en aucun cas, de l'avis de la FIFA, donner lieu à une association de ces tiers avec la FIFA et/ou avec la compétition (ou avec certaines parties de celle-ci) ;
 - b) ne doivent pas reproduire les marques de la compétition ni une quelconque autre référence à la FIFA ou à la compétition (ou à certaines parties de celle-ci) ;
 - c) doivent mettre en évidence l'emblème du club participant ; et
 - d) doivent indiquer la nature de la relation qui existe entre ce tiers et le club (ex. « sponsor officiel du club participant »).

Tout arrière-plan de presse utilisé par un club participant en dehors des zones sous contrôle pendant la compétition nécessite l'autorisation écrite préalable de la FIFA ;

- (ii) Lieu : excepté aux conditions visées aux paragraphes iii et iv ci-après, aucune activité médiatique d'un club ne peut avoir lieu dans les zones sous contrôle ;
- (iii) Hôtels des équipes : les clubs participants sont autorisés à tenir des activités médiatiques dans une salle prévue à cet effet dans l'hôtel de l'équipe, sous réserve qu'ils se conforment aux autres dispositions du présent art. 11.2. Cette salle ne doit pas être le hall d'entrée de l'hôtel de l'équipe et ce qui se passe à l'intérieur ne doit pas pouvoir être visible du hall d'entrée. Il est strictement interdit aux clubs participants de tenir des activités médiatiques en tout autre lieu de l'hôtel de l'équipe ; et
- (iv) Sites officiels d'entraînement : les clubs participants sont autorisés à tenir des activités médiatiques aux endroits désignés par la FIFA dans une salle fermée mise à disposition dans l'enceinte de chaque site officiel d'entraînement, sous réserve qu'ils se conforment aux autres dispositions du présent art. 11.

- 11.3. Appareils enregistreurs personnels : les clubs participants doivent veiller à ce que les membres de la délégation de leur équipe n'utilisent, ni n'autorisent des tiers à utiliser aucun film enregistré avec leurs appareils personnels dans les zones sous contrôle (excepté l'hôtel de leur équipe) à des fins de distribution, de diffusion et/ou de transmission via quelque média que ce soit. L'octroi de licences d'utilisation de ces films est également interdit. Les clubs participants doivent également s'abstenir d'utiliser et interdire l'utilisation, dès lors qu'ils en ont connaissance, de tout appareil enregistreur dans les zones sous contrôle (excepté l'hôtel de leur équipe).

- 11.4. Stades de la compétition : Les dispositions suivantes s'appliquent :
- (i) Interdiction de publicité : la seule publicité autorisée dans les stades de la compétition est celle des affiliés commerciaux, qui sera installée par la FIFA. Les clubs participants ne sont pas autorisés à afficher, organiser l'affichage, ni autoriser la distribution de matériel publicitaire ou promotionnel de quelque nature que ce soit dans les stades de la compétition.
 - (ii) Équipement technique et boissons : les restrictions relatives à l'équipement technique visées à l'art. 7.4 ci-avant ainsi que les dispositions relatives aux boissons visées à l'art. 7.5 ci-avant s'appliquent également aux stades de la compétition.
 - (iii) Spectateurs : tous les entraînements dans les stades de la compétition sont contrôlés par la FIFA et le COL. Il est interdit aux clubs participants, à leurs affiliés et/ou à tout autre tiers sous contrat avec eux de se livrer à toute action publicitaire auprès des spectateurs qui assistent à un entraînement dans un stade de la compétition. Ni les clubs participants ni leurs affiliés ni aucun autre tiers ne peut vendre de billets pour les entraînements qui ont lieu dans les stades de la compétition.
- 11.5. Sites d'entraînement : À partir de cinq jours avant le premier match de l'équipe dans la compétition et jusqu'à son dernier match dans ladite compétition, l'équipe en question doit utiliser exclusivement les sites d'entraînement qui lui ont été officiellement attribués par la FIFA. Tout site de préparation d'une équipe participante utilisé comme site officiel d'entraînement avant la compétition doit être exempt de toute autre marque d'identification (panneaux, signalisation, etc.) et ne donner lieu à aucune autre activité commerciale que celles des affiliés commerciaux au moins cinq jours avant le premier match de l'équipe participante.
- 11.6. Transport : Les dispositions suivantes s'appliquent :
- (i) Bus à la disposition de l'équipe : chaque club participant se voit allouer un bus dédié au transport de son équipe pour la durée de la compétition. Il doit s'assurer que ce bus est l'unique moyen de locomotion utilisé par les joueurs et les officiels de son équipe participante pour tous les événements relatifs à la compétition (allers et retours aux matches de la compétition, aux entraînements et/ou aux cérémonies officielles, etc.). À l'exception des marques des affiliés commerciaux et des slogans approuvés par la FIFA (messages de supporters par exemple), aucun matériel promotionnel d'aucun tiers (y compris les affiliés du club ou tout autre tiers sous contrat avec lui) ne peut être affiché sur le bus ni à l'intérieur de celui-ci.
 - (ii) Autres véhicules : tout autre véhicule utilisé par les clubs participants et/ou tout membre de la délégation de leur équipe pour entrer dans une zone sous contrôle doit être exempt de toute autre marque que (i) sa marque de fabrication, (ii) les marques des affiliés commerciaux et les slogans approuvés par la FIFA et (iii) les marques de la compétition ou de la FIFA. Les clubs participants et/ou les membres de la délégation de leur équipe ne sont pas autorisés à retirer ces marques sur ces autres véhicules. Aucun matériel promotionnel d'un tiers tel qu'un affilié d'un club participant ou un tiers sous contrat avec un club participant ne doit être affiché sur le véhicule ni à l'intérieur de celui-ci.

11.7. Matches amicaux : tous les clubs participants sont libres d'organiser des matches amicaux avant la compétition sur le territoire de la compétition et d'y participer, sous réserve que :

- (i) la FIFA soit informée de l'heure et du lieu tous les matches amicaux/de préparation ;
- (ii) la FIFA et l'association hôte aient donné leur consentement préalable écrit à ces matches ;
- (iii) aucun de ces matches ne soit disputé dans un stade de la compétition ; et
- (iv) dans le cas où la FIFA et l'association hôte ont donné leur accord pour la tenue d'un match amical, aucun lien ne soit établi entre le match amical et la compétition, qu'aucune marque de la compétition ne soit utilisée et qu'aucune association syntaxique ne soit établie (ex. : « En route pour... ») dans quelque support marketing, promotionnel ou publicitaire que ce soit, produit dans le cadre d'un match amical.

11.8. Centre de médias des équipes : les clubs participants peuvent mettre en place leurs propres centres de médias d'équipe avant et pendant la compétition. Tous les frais liés à l'installation et à la gestion du centre de médias de l'équipe sont entièrement à la charge du club participant concerné.

11.9. Participation aux activités sociales et autres événements : chaque club participant veillera à ce que les membres de sa délégation soient disponibles pour participer au moins aux événements officiels suivants – associés à la compétition et déterminés par la FIFA : un déjeuner officiel et une séance d'entraînement officielle.

Sauf mention contraire dans le présent règlement ou approbation de la FIFA, chaque club participant doit veiller à ce que ni son équipe ni les membres de sa délégation ou autre représentant ne prennent part, pendant leur séjour dans le pays hôte pour la compétition, à une activité sociale, promotionnelle ou autre qui ne soit pas gérée, organisée ou tenue par les sponsors officiels de la compétition.

11.10. Utilisation de supports numériques par les membres des délégations des équipes : Afin de protéger la vie privée de tous les membres de la délégation d'une équipe, de tous les membres de la délégation de l'équipe adverse, de tous les officiels de la FIFA, l'intégrité du football, de la FIFA et de la compétition ainsi que l'intégrité des droits marketing et médias de la FIFA, chaque club participant doit s'assurer que tous les membres de sa délégation qui mettent en ligne du contenu sur un support numérique respectent les dispositions suivantes concernant toute forme de contenu relatif à leurs expériences personnelles dans le cadre de la compétition, concernant la compétition en général, ou toute information y afférente :

- (i) pendant la compétition, il est strictement interdit aux membres de la délégation d'une équipe de mettre en ligne tout contenu de ce type lorsqu'ils sont dans une zone sous contrôle, sauf dans les hôtels de l'équipe ;
- (ii) tout contenu mis en ligne doit être exclusivement limité à l'expérience personnelle du membre de la délégation de l'équipe à l'égard de la compétition. Sans limiter la généralité de ce qui précède, il est interdit de mettre en ligne des interviews d'autres

membres de la délégation de l'équipe, de membres de la délégation d'autres équipes ou d'officiels de la FIFA, ou des histoires les concernant ;

- (iii) les membres de la délégation d'une équipe ne peuvent révéler d'information confidentielle ou privée à une tierce personne, y compris, sans toutefois s'y limiter, toute information susceptible de compromettre la sécurité, la tenue ou l'organisation de la compétition, la sécurité de tout club participant ou celle de sa délégation, ou la vie privée de tout membre de la délégation de l'équipe, de membres de la délégation d'autres équipes ou d'officiels de la FIFA ;
- (iv) tout contenu mis en ligne doit demeurer conforme à l'esprit du fair-play, respecter la dignité et être de bon goût ;
- (v) sauf indication contraire explicite dans le présent paragraphe v, les membres de la délégation d'une équipe ne doivent pas utiliser de marques de la compétition. Sur leurs pages de médias sociaux ou sur leurs blogs, les membres de la délégation d'une équipe peuvent utiliser :
 - a. la marque verbale « Coupe du Monde des Clubs de la FIFA » (et ses équivalents dans toutes les langues) ;
 - b. la marque verbale « Coupe du Monde » (et ses équivalents dans toutes les langues) ; et
 - c. tout autre mot en relation avec la FIFA ;

toujours sous réserve que le mot « FIFA » et d'autres mots en relation avec la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA™ ne soient pas associés à un tiers ou aux produits ou services d'un tiers, et qu'ils ne soient aucunement utilisés à des fins commerciales ;

- (vi) il est interdit aux membres de la délégation d'une équipe d'inclure une quelconque référence commerciale en rapport avec le contenu mis en ligne sur leur propre support numérique. Cela implique notamment qu'aucune possibilité de publicité ou sponsoring ne peut être proposée et/ou vendue à des tiers en relation avec du contenu lié à la FIFA ou à la compétition ;
- (vii) les membres de la délégation d'une équipe peuvent mettre en ligne du contenu lié à la FIFA ou à la compétition sur tout support numérique de tiers, sous réserve que, de l'avis de la FIFA, aucune association ne puisse être faite entre ces tiers, tout produit ou entreprise et du contenu lié à la FIFA ou à la compétition, et sous réserve que ce contenu ne soit aucunement utilisé à des fins commerciales ;
- (viii) les membres de la délégation d'une équipe doivent s'abstenir d'utiliser et veiller à ce qu'aucun tiers n'utilise ou ne mettent en ligne du contenu lié à la FIFA ou à la compétition à des fins de marketing sauvage ;
- (ix) les membres de la délégation d'une équipe ne peuvent conclure aucun accord commercial ou non commercial exclusif avec quelque tiers que ce soit pour la mise en ligne de contenu lié à la FIFA ou à la compétition ;
- (x) il est interdit aux membres de la délégation d'une équipe d'établir ou d'utiliser des noms de domaine comportant les mots « FIFA » ou « World Cup », ou toute variation de ceux-ci. Pendant la compétition, les membres de la délégation d'une

équipe peuvent créer des sous-domaines faisant référence à la compétition, tels que [nom_de_domaine].com/Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2019 ;

- (xi) afin de faciliter l'accès aux informations pertinentes de la FIFA, les membres de la délégation d'une équipe mettant en ligne du contenu lié à la FIFA ou à la compétition et répondant aux exigences du présent règlement, sont encouragés à renvoyer leur blog ou pages de médias sociaux vers FIFA.com – le site officiel de la FIFA –, ou vers tout autre support numérique utilisé ou opéré par la FIFA.

Chaque club participant doit informer les membres de sa délégation que lorsqu'ils choisissent de rendre publiques leurs opinions ou déclarations sur un support numérique, il leur incombe d'assumer l'entière responsabilité de leurs propos. Ils peuvent en effet être personnellement responsables de tout commentaire jugé diffamatoire, obscène ou portant atteinte à la propriété individuelle.

12. RÈGLEMENT DU TROPHÉE

12.1. Conditions d'utilisation du trophée – vainqueur 2019 : L'équipe victorieuse se verra remettre le trophée – qu'elle pourra conserver temporairement – lors d'une cérémonie organisée sur le terrain directement après le coup de sifflet final de la finale de la compétition. En aucun cas les affiliés du club victorieux ni aucun tiers sous contrat avec lui ne pourront créer d'association entre eux et le trophée et/ou le trophée du vainqueur et/ou une réplique miniature du trophée. Il convient en particulier de noter que :

- (i) le trophée du vainqueur ne doit pas être exposé lors d'une quelconque activité médiatique d'un club participant ou lors de toute conférence de presse dont l'arrière-plan ou tout autre élément du décor reproduit les marques d'une entité commerciale qui n'est pas un affilié commercial de la FIFA ;
- (ii) le trophée du vainqueur ne doit pas être exhibé, y compris dans le cadre d'une parade, lors d'un quelconque événement sponsorisé par les affiliés du club participant ou des tiers sous contrat avec lui, ou faisant apparaître leurs marques. Cette interdiction vaut par exemple pour les tournées de célébration où les marques d'un quelconque affilié du club victorieux ou de toute autre entité commerciale sont visibles ;
- (iii) les affiliés du club victorieux ou tout tiers sous contrat avec lui ne sont pas habilités à utiliser le trophée, le trophée du vainqueur, ou des images de celui-ci ou de toute réplique du trophée (y compris le trophée du vainqueur) dans du matériel publicitaire ou promotionnel ou sur un quelconque support numérique célébrant le succès de l'équipe victorieuse.

Afin de préserver le statut et la valeur commerciale du trophée, chaque club participant convient que :

- (i) il n'est pas habilité à produire ses propres répliques non officielles du trophée, à l'exception des répliques du trophée visées ci-après ;

- (ii) ni le trophée ni le trophée du vainqueur ni une autre réplique du trophée ne doivent être utilisés, représentés ou exposés d'une quelconque manière qui pourrait être jugée inappropriée, dénigrante ou préjudiciable pour la valeur intrinsèque, la marque, l'image ou la réputation du trophée ;
- (iii) l'utilisation et l'octroi d'une licence d'utilisation de l'image du trophée ou du trophée du vainqueur sur des pièces de vêtement ou tout autre produit dérivé sont interdits ;
- (iv) le trophée est une marque déposée de la FIFA et que le club participant victorieux ne détient aucun droit ni aucune licence – et ne peut accorder de droit ou de licence – d'utilisation sur les photographies du trophée, du trophée du vainqueur ou de toute réplique du trophée à une quelconque fin commerciale autre que purement rédactionnelle, pour accompagner un texte écrit sur support électronique ou imprimé. Le club participant victorieux s'engage à rappeler ces restrictions aux photographes et représentants de la presse et des médias avant les expositions officielles du trophée, du trophée du vainqueur ou d'autres répliques du trophée ; et
- (v) le club participant victorieux prendra, à ses frais, toutes les mesures raisonnables permettant de garantir la sécurité du trophée du vainqueur pendant toute la durée où il sera en sa possession.

Sous réserve de l'accord écrit préalable de la FIFA, le club victorieux peut, à ses frais, charger le fabricant de la FIFA de réaliser des répliques miniatures du trophée pour les remettre aux membres de sa délégation, sous réserve qu'ils s'engagent tous envers la FIFA à ne pas utiliser lesdites répliques miniatures du trophée dans un quelconque but commercial. La taille de ces répliques miniatures ne peut dépasser 15cm de haut ; seules des répliques grandeur nature du trophée sont sinon autorisées.

Il convient par ailleurs de noter les autres exigences suivantes :

- (i) le trophée du vainqueur peut rester temporairement sous la garde du club victorieux mais reste en tout temps la propriété de la FIFA et doit lui être immédiatement rendu sur demande écrite ;
- (ii) sans l'autorisation écrite préalable de la FIFA, le trophée du vainqueur ne peut être confié à aucun tiers pour être exposé ou utilisé ;
- (iii) toute tournée faisant intervenir le trophée du vainqueur nécessite l'autorisation écrite préalable de la FIFA.

12.2. Conditions d'utilisation du trophée – vainqueurs des éditions précédentes de la compétition : les trophées remis aux vainqueurs des éditions précédentes de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA doivent rester sous le contrôle direct des clubs concernés et ne pas quitter le pays du club en question sans l'accord écrit préalable de la FIFA. Les clubs qui se sont vu remettre le trophée du vainqueur doivent veiller à que celui-ci soit toujours présenté dans le contexte historique de la compétition lors de laquelle il a été attribué et prendre les dispositions nécessaires pour qu'il ne puisse aucunement être utilisé d'une quelconque manière pouvant donner lieu à une association d'un quelconque tiers – affiliés commerciaux, affiliés du club et/ou tout tiers sous contrat avec lui

– avec le trophée, la compétition et/ou les éditions précédentes de la compétition. Les affiliés des clubs participants et/ou les tiers sous contrat avec eux ne peuvent notamment obtenir aucun droit ni visibilité en présence du trophée, du trophée du vainqueur ou d'une autre réplique du trophée. Cela vaut aussi pour les parades et les photos du vainqueur de la compétition avec le trophée ou le trophée du vainqueur.

- 12.3. Restrictions sur les articles promotionnels – vainqueurs des éditions précédentes de la compétition : Les clubs ayant remporté une édition de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA ne sont pas autorisés à développer, créer, utiliser, vendre ou distribuer du matériel ou des marchandises publicitaires à l'effigie du trophée ou d'une quelconque marque, emblème ou appareil/équipement renvoyant à une précédente édition de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA. En outre, ni le trophée, ni le trophée du vainqueur, ni toute représentation stylisée de celui-ci ne peuvent être affichés sur un support numérique.

13. MARQUES DE LA COMPÉTITION AUTORISÉES

13.1. Utilisation des marques de la compétition par les clubs participants : Les dispositions suivantes s'appliquent :

- (i) Généralités : Les clubs participants ne peuvent utiliser les marques de la compétition et le logo combiné uniquement pour évoquer leur participation à la compétition. Toute utilisation à des fins commerciales ou promotionnelles des marques de la compétition et/ou du logo combiné par les clubs participants et/ou leurs affiliés et/ou tout tiers sous contrat avec eux est strictement interdite. Les dispositions du présent art. 13.1 s'appliquent à compter de la date d'entrée en vigueur du présent règlement et restent valables à l'issue de la compétition, jusqu'à notification du contraire aux clubs participants par la FIFA ;
- (ii) Nom de la compétition : les clubs participants sont tenus, lorsqu'ils se réfèrent à la compétition – ce qui n'est autorisé que dans un contexte rédactionnel –, d'utiliser uniquement le nom officiel de la compétition.
- (iii) Logo combiné : les clubs participants sont autorisés à créer un logo combiné reprenant à la fois l'emblème officiel de la compétition et leur propre emblème. Sur demande écrite adressée à ma.approvals@fifa.org, les clubs participants peuvent télécharger les visuels nécessaires à la réalisation d'un logo combiné dans les archives numériques de la FIFA (www.FIFAdigitalarchive.com). Le logo combiné ne peut être composé que de l'emblème officiel de la compétition et de l'emblème du club participant, ainsi que de la mention « Finaliste ». Aucune autre marque ne peut y être ajoutée sans l'autorisation écrite de la FIFA, requise avant toute utilisation du logo combiné. Aucune autre marque ne peut non plus être placée à proximité d'un logo combiné de manière à laisser croire qu'elle puisse en faire partie. Les clubs participants doivent obtenir l'autorisation écrite de la FIFA avant de pouvoir utiliser leur logo combiné. Le logo combiné envisagé doit par conséquent être soumis à la FIFA par courriel à l'adresse ma.approvals@fifa.org. Afin de lever toute possible ambiguïté, toute utilisation du logo combiné doit aussi être soumise à la FIFA pour approbation, conformément au paragraphe viii du présent art. 13.1.
- (iv) Utilisation des marques de la compétition et du logo combiné : ni les marques de la compétition ni le logo combiné ne peuvent être utilisés à proximité des noms, logos ou marques déposées des affiliés du club ou de tiers autres que les affiliés commerciaux de la FIFA.

De plus, les clubs participants ne peuvent utiliser ni les marques de la compétition ni le logo combiné de l'une des manières suivantes :

- dans le cadre de toute activité ou gros titre publicitaires ou promotionnels en rapport avec leurs affiliés ;
- sur les cadeaux, prix, articles promotionnels, vêtements ou équipements destinés à la vente au public (maillots des équipes pour les supporters) ni dans aucun autre but commercial d'aucune sorte ;
- sur leurs imprimés officiels (y compris les affiches et les cartes de visite) comportant également les noms et/ou les logos de leurs affiliés (sauf si ceux-ci ont été désignés par la FIFA comme affiliés commerciaux de la compétition).

- (v) Matériel imprimé des clubs : les clubs participants doivent s'assurer qu'aucune marque de la compétition ni logo combiné (ni autre marque déposée liée à la compétition) ne figure sur le matériel écrit (papier ou électronique) produit dans le cadre de leur participation à la compétition (affiches, guides, guides à l'usage des médias, programmes, magazines, cartes, plaquettes, livres, publications sur support électronique, CD-ROM, bulletins, etc.) autrement que dans un contexte purement rédactionnel. Par exemple, aucune désignation commerciale ou publicité (y compris celles des affiliés des clubs participants ou d'autres tiers sous contrat avec eux) ne peut être reproduite sur la première ou la quatrième de couverture de la publication d'un club participant lorsqu'une marque de la compétition et/ou le logo combiné y figurent déjà. Le nom de la compétition ne peut être utilisé qu'à des fins rédactionnelles descriptives. Les marques de la compétition et le logo combiné peuvent apparaître – uniquement dans un contexte purement rédactionnel – à l'intérieur des publications des clubs participants sous réserve de ne pas figurer sur une page ni en regard d'une page contenant une désignation commerciale ou une publicité.

Les couvertures et les titres des publications papiers des clubs participants doivent être suffisamment clairs pour empêcher toute confusion avec les publications de la FIFA et/ou du COL. Par exemple, le titre suivant serait considéré comme acceptable :

- « [Nom de la publication] officiel[le] de l'équipe de/du [Équipe] à la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2019™ ».

L'ensemble du matériel imprimé doit toutefois être préalablement soumis à l'approbation de la FIFA, conformément à l'art. 13.1viii.

- (vi) Association interdite avec les affiliés des clubs : les clubs participants doivent aussi veiller à ce que leur matériel promotionnel ne donne lieu à aucune association d'aucune sorte de leurs affiliés, ou de tiers sous contrat avec eux, avec la compétition. Il est interdit aux affiliés des clubs participants et/ou aux tiers sous contrat avec eux d'utiliser les marques de la compétition ou le logo combiné sur leur propre matériel, à moins d'être des affiliés commerciaux de la FIFA pour la compétition en question ou de pouvoir utiliser la désignation (par exemple) « *[sponsor] de [Club participant] lors de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2019™* ».
- (vii) Autres marques : les clubs participants ne sont habilités à utiliser (et doivent veiller à ce que leurs affiliés et/ou les tiers sous contrat avec eux n'utilisent) aucune autre marque, emblème, symbole, logo ou phrase pour désigner la compétition (et notamment le trophée).
- (viii) Approbatons : tous les usages envisagés des marques de la compétition et du logo combiné (accompagnés d'un résumé du contexte et du canal de distribution envisagés) doivent être soumis à l'approbation de la FIFA, via le formulaire d'approbation des marques – téléchargeable depuis les archives numériques de la FIFA – ou par courriel à l'adresse ma.approvals@fifa.org. Le formulaire sera transmis au coordonnateur des approbations compétent de la FIFA. Un échantillon de l'ensemble du matériel imprimé reproduisant la maquette et la position des marques de la compétition et/ou du logo combiné ainsi que des logos des affiliés des clubs participants et des tiers doit aussi être soumis – au moins trente jours avant le début de la compétition – à la FIFA pour autorisation écrite préalable. Les clubs participants

sont tenus de procéder à tout changement requis par la FIFA pour mettre leur matériel imprimé en conformité avec le présent règlement.

13.2. Sites Internet des clubs : Les dispositions suivantes s'appliquent durant la compétition :

- (i) Lien vers FIFA.com : chaque club participant doit afficher un lien vers la version linguistique appropriée de www.FIFA.com sur chaque page de son site Internet dont le contenu renvoie à la compétition. Ce lien doit être composé du logo FIFA.com, qui peut être demandé par courriel à l'adresse ma.approvals@fifa.org. Il convient de noter que le logo combiné de www.FIFA.com ne peut être utilisé d'aucune autre façon et par aucun tiers (affiliés des clubs participants et/ou tiers sous contrat avec eux). De plus, le logo combiné ne doit pas apparaître à proximité immédiate des marques ou des noms d'un quelconque affilié du club participant et/ou d'un tiers sous contrat avec lui ;
- (ii) Syndication des contenus : les clubs participants peuvent se procurer auprès de la division Transformation digitale et Innovation de la FIFA un package de syndication du contenu FIFA.com à intégrer à leur site Internet, Ce package contient notamment les scores les plus récents et les dernières actualités.
- (iii) Contact : pour de plus amples informations sur le logo FIFA.com et le contenu du package de syndication, les clubs participants peuvent contacter la division Transformation digitale et Innovation de la FIFA à l'adresse suivante :

Division Transformation digitale et Innovation
digital@fifa.org

- (iv) Utilisation en ligne des marques de la compétition et du logo combiné : les clubs participants peuvent utiliser les marques de la compétition et le logo combiné sur leur site Internet sous réserve :
 - de les utiliser exclusivement à des fins rédactionnelles ;
 - d'avoir obtenu l'autorisation écrite préalable de la FIFA (à demander par courriel à l'adresse ma.approvals@fifa.org) ;
 - de ne pas les utiliser en relation avec ni à proximité du nom et/ou du logo d'une organisation commerciale telle que les affiliés des clubs participants ou tout tiers sous contrat avec eux ;
 - de ne pas les utiliser comme lien hypertexte de site Internet ou de page Internet ; d'utiliser un lien texte si un lien vers un autre site Internet ou une autre page Internet est souhaité ;
 - de ne pas les utiliser ni les placer dans la barre de titre, la barre de menu ni les notes de bas de page ; et
 - de respecter en tout point les dispositions du présent art. 13.
- (v) Adresses URL : Le nom de la compétition ne doit pas figurer dans les adresses URL des sites Internet des clubs participants.

14. BILLETTERIE DE LA COMPÉTITION

- 14.1. Conditions générales de billetterie : la FIFA établira ultérieurement des formulaires d'allocation de billets. Cependant, à moins et en attendant que ledit accord n'amende ou ne complète le présent règlement, les conditions ci-après s'appliquent à chacun des clubs participants.

Chaque club participant respectera en tout point et veillera à ce que tous ses invités respectent en tout point :

- le « Règlement de la billetterie » de la FIFA ou (le cas échéant) les directives de billetterie en vigueur pour cette compétition ;
- les « Exigences à remplir en matière de billetterie » qui constituent une annexe aux formulaires d'allocation de billets ;
- les « Conditions générales d'utilisation de billets » de la compétition ;
- le « Règlement relatif à la vente de billets » pour la compétition, y compris, mais sans s'y limiter, toute règle applicable portant sur la collecte et la protection des données ;
- le Règlement des stades de la compétition

Tous ces documents à force obligatoire seront mis en application et publiés par la FIFA en temps utile avant la compétition.

- 14.2. Utilisation interdite à des fins publicitaires et/ou promotionnelles : Chaque club participant doit s'abstenir (et veiller à ce que ses invités s'abstiennent) de toute activité publicitaire ou promotionnelle basée, prétendument basée ou pouvant raisonnablement être jugée comme étant basée sur l'usage de billets pour la compétition ou pour les entraînements officiels ou non officiels sur le territoire de la compétition pendant la durée de cette dernière, ou de billets pour tout autre événement relatif à la compétition organisé par ou sous l'égide de la FIFA. Les clubs participants doivent veiller en particulier à ce que leurs invités n'organisent pas de jeux-concours, de promotions, de loteries ou autres activités qui, de l'avis raisonnable de la FIFA, leur permettent, à eux ou à un quelconque tiers, de créer une association avec la FIFA et/ou la compétition et/ou qui permettent à un quelconque tiers, par suite de sa participation à ces activités, de recevoir ou de pouvoir réclamer un billet pour la compétition.
- 14.3. Comportement des invités, des affiliés et des clients des clubs participants : les clubs participants doivent veiller à ce que leurs invités, leurs affiliés et/ou tout tiers sous contrat avec eux soient informés des conditions générales régissant les billets de la compétition et s'y conforment.
- 14.4. Marketing sauvage : Chaque club participant doit veiller à ce que ses invités et ses affiliés et/ou tout tiers sous contrat avec lui s'abstiennent de toute activité publicitaire et/ou promotionnelle qui pourrait être raisonnablement considérée comme parasitant les droits exclusifs des affiliés commerciaux de la FIFA, et notamment de toute activité publicitaire et/ou promotionnelle dont on pourrait raisonnablement penser qu'elle peut permettre à des tiers de se procurer, dans le cadre de telles activités, des billets pour la compétition ou autres droits d'accès à celle-ci.

PARTIE D : DIVERS

15. DIVERS

- 15.1. Principes : Chaque club participant doit veiller à ce que les membres de sa délégation aient lu et compris le présent règlement. Il doit notifier sans délai ses affiliés et tiers sous contrat la teneur du présent règlement en exigeant d'eux qu'ils s'y conforment. Les clubs participants sont tenus de veiller à ce que les membres de leur délégation et leurs affiliés et/ou tiers sous contrat respectent pleinement le présent règlement ainsi que toute directive et décision de la FIFA.
- 15.2. Questions disciplinaires : Toute violation du présent règlement ou de tout autre règlement, circulaire, directive et/ou décision de la FIFA qui ne tombe pas sous la responsabilité d'autres autorités sera traitée par la Commission de Discipline de la FIFA conformément au Code disciplinaire de la FIFA et à toutes les circulaires et directives applicables.
- 15.3. Objets interdits : tout article utilisé dans une zone sous contrôle par un club participant ou les membres de la délégation de son équipe en violation du présent règlement sera éloigné, confisqué ou recouvert, à la convenance des officiels de la FIFA responsables et ledit club sera passible des sanctions prévues par la Commission de Discipline de la FIFA.
- 15.4. Absence de responsabilité : la FIFA ne pourra être tenue pour responsable à l'égard d'un quelconque club participant pour toute perte, frais, dommage ni aucun autre coût d'aucune sorte pouvant résulter de ou être lié aux dispositions du présent règlement, et/ou du règlement de la compétition ou du Règlement de l'équipement.
- 15.5. Interprétation : Tous les termes utilisés ont la signification définies dans la partie A « Définitions » du présent règlement, à moins que le contexte indique spécifiquement autre chose. Les termes employés au singulier s'entendent également au pluriel et vice versa ; toute phrase comportant les termes « notamment », « y compris », « plus particulièrement », « par exemple », « tels que » ou toute expression similaire ne sauraient limiter le sens des mots précédents ou suivants.
- 15.6. Incompatibilité : si le règlement de la compétition et le Règlement de l'équipement sont incompatibles avec un quelconque aspect du présent règlement, ce dernier prévaudra. Le règlement de la compétition et le Règlement de l'équipement seront alors considérés comme amendés en conséquence.
- 15.7. Amendements : sur notification aux clubs participants, la FIFA est habilitée à amender le présent règlement à tout moment et sa seule convenance
- La FIFA est habilitée, à sa seule convenance, à publier à tout moment avant la compétition des directives et circulaires précisant les dispositions du présent règlement ou des parties de celui-ci.
- 15.8. Cas non prévus : Tout cas non prévu dans le présent règlement (y compris les cas de force majeure) sera traité par le Conseil de la FIFA, dont la décision sera définitive et contraignante.

- 15.9. Langues : Le présent règlement est disponible dans les quatre langues officielles de la FIFA (allemand, anglais, espagnol et français). En cas de contestation relative à l'interprétation des traductions française, espagnole ou allemande, le texte anglais fait foi.
- 15.10. Déclaration de renonciation : La renonciation par la FIFA à condamner une violation du présent règlement (y compris de tout document auquel il y est fait référence) ne saurait être considérée comme une renonciation à condamner une autre violation de la disposition en question ou une violation d'une autre disposition, ni comme une renonciation à un droit émanant du présent règlement ou d'un autre document. Seule une déclaration de renonciation écrite sera considérée comme telle. Le manquement par la FIFA à exiger le strict respect d'une quelconque disposition du présent règlement ou d'un quelconque document auquel il y est fait référence ne constitue ni la renonciation, ni la perte du droit de la FIFA à exiger ultérieurement le strict respect de cette disposition ou d'une autre disposition du présent règlement ou d'un autre document auquel il y est fait référence.
- 15.11. Coupes du Monde des Clubs de la FIFA futures : Le présent règlement s'applique uniquement à la compétition et tout événement lié à la compétition évoqué ci-avant. Il ne s'applique par conséquent pas, ou ne devrait être considéré comme s'appliquant, aux éditions futures de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA. Aucun élément du présent règlement ne saurait être invoqué ou établir un précédent vis-à-vis d'une compétition de la FIFA autre que celle à laquelle s'applique le présent règlement.
- 15.12. Entrée en vigueur : Le présent règlement a été approuvé par le Bureau du Conseil de la FIFA le 18 septembre 2019 et est immédiatement entré en vigueur.

Annexe

Trophée de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA™

